

DOI 10.13128/cambio-18784

Gabriella D'Ambrosio

[La fotografia: l'arte come forma di interazione]

Title: Photography: The Art as a Form of Interaction

Abstract: The purpose of this paper is to investigate the role of a specific type of art, the photography, from a sociological point of view. In fact, since the development of the cultural industry, the pictures have become a particular artistic form through the artist shows his emotions and beliefs. Right now, with regard not only to the aesthetic photography, the pictures, mainly after the evolution of the digitalization process and the increase of the new media, have been taken by everyone: so, they constitute a new form of communication and encourage the interactions among people.

Parole chiave: Photography, Art, Globalization, Digitalization, Interaction, Social network.

La fotografia: riproducibilità tecnica o forma d'arte?

Dagli anni Novanta, la globalizzazione ha apportato non solo modifiche nell'ambito politico ed economico dell'assetto mondiale quanto anche una trasformazione dei modi e dei processi di trasmissioni culturali. Ad oggi, anche gli elementi intellettuali e non solo quelli materiali prodotti dalla società entrano, e a pieno titolo, a far parte di una vera e propria fabbrica in cui la cultura viene standardizzata e razionalizzata. Allo stesso modo, l'arte, sistema di ogni attività umana caratterizzata da forme di espressione e/o creatività estetica, si modifica per rispondere ai criteri e alle esigenze di una cultura di massa.

Tuttavia, ciò di cui ci occuperemo in questa sede non verterà sul fenomeno artistico in generale e sulle sue relazioni con i processi di mutamento sociale quanto su di una specifica forma d'arte, la fotografia, che si rivela sempre più un fenomeno collettivo, ossia come strumento mediante il quale la massa esprime se stessa.

La discussione sulla natura della fotografia risale alla nascita della stessa e ai fini della nostra dissertazione è necessario, *in primis*, distinguere la doppia natura di uno scatto fotografico: infatti, dappprincipio, essa conserva la sua natura di mezzo di riproduzione configurandosi, al pari della scrittura fonetica, come

un procedimento che duplica vantaggiosamente la funzione primordiale della memoria: fissare e preservare l'informazione. Da questo punto di vista la fotografia dovrebbe considerarsi come una forma di scrittura iconica, fissata da procedimenti fotochimici sopra una superficie-supporto, basata su di un'informazione ottica esterna alla macchina fotografica e che ha precedentemente impressionato l'emulsione fotosensibile (Gubern, 1974; trad. it. 1976: 43);

dall'altra parte lo scatto fotografico accentua, e sempre più con il trascorrere del tempo, la sua natura di mezzo di espressione permettendo di comprendere, attraverso la decodificazione dei segni iconici, i diversi significati della realtà circostante grazie all'attivazione delle nostre rappresentazioni psichiche le quali fanno in modo che possano arrivarci differenti messaggi anche attraverso un'immagine visiva.

Ciò nonostante, ai suoi albori, la fotografia non venne considerata e pensata come una vera e propria forma d'arte dal momento che essa non sembrasse richiedere nessun estro creativo quanto piuttosto una semplice abilità tecnica: le immagini, dunque, non solo mancavano di una tradizione e/o di una robusta eredità culturale ma risultavano essere prive di identità artistica, di un'aura di autenticità¹ che identificasse l'unicità dell'opera

¹ Cfr. Benjamin 1955; trad.it. 1966: 23: «Ciò che vien meno nell'epoca della riproducibilità tecnica è l'aura dell'opera d'arte. Il

d'arte con la sua integrazione nel contesto della tradizione. Un forte oppositore al fenomeno della riproducibilità tecnica e al dilagante concetto della massificazione² è il sociologo tedesco Walter Benjamin il quale, nell'opera *Das kunstwerk im zeitalter seiner technischen reproduzierbarkeit* (1955), afferma che il valore culturale dell'opera d'arte, che in epoche precedenti fungeva da collante in ambito rituale, tenda a perdersi e a vanificarsi all'interno della nostra società post-moderna. L'accesso massificato ai beni culturali comporterebbe, dunque, sia una svalutazione intellettuale sia una cancellazione del significato tradizionale dell'opera d'arte dal momento che

entrambi i processi [autenticità e riproduzione] portano a un violento rivolgimento che investe ciò che viene tramandato - a un rivolgimento della tradizione, che è l'altra faccia della crisi attuale e dell'attuale rinnovamento dell'umanità. Essi sono strettamente legati ai movimenti di massa dei nostri giorni (Benjamin 1955; trad. it. 1966: 23).

A tal proposito Benjamin, volendo riportare il massimo esempio di riproducibilità tecnica, fa riferimento alla fotografia che, ponendosi come forma di riproduzione figurativa accelerata, permette di cogliere più elementi, di essere modellata in base alle esigenze di chi la scatta e di essere presentata in più copie: nella fotografia, afferma l'autore, «il valore di esponibilità comincia a sostituire su tutta la linea il valore culturale» (Benjamin 1955; trad. it. 1966: 28).

Tuttavia, al contrario di quanto possa leggersi in Benjamin, non tutti gli autori concordano sugli effetti e sugli esiti negativi e perversi che i processi della democratizzazione e della massificazione potrebbero produrre; anzi, il modo di produzione e fruizione culturale ha cambiato (a volte anche in meglio) il rapporto che la massa intrattiene con l'arte (soprattutto se si pensa al mutare di diversi connotati sociali quali, ad esempio, l'aumento dell'istruzione e del tempo libero): la fotografia, dunque, diviene sempre più un mezzo di distrazione, anche in modo incolto, in cui il fruitore non è colui che sprofonda nell'opera ma diviene colui che la fa propria.

Non si può non tener conto, quindi, dell'incidenza delle trasformazioni sociali in relazione non solo ai mutamenti nel campo politico ed economico globale quanto anche del nostro modo di vivere quotidiano e della nostra sfera culturale:

siamo passati da un mondo bipolare ad uno policentrico, da un mondo di gerarchie culturali ad un mondo di sistemi di significato multipli e paralleli in cui le persone continuano a produrre e a perpetuare le loro culture attraverso l'interazione e la socializzazione. Le nostre originarie definizioni culturali funzionano ancora. Le persone possono esistere in comunità multiple attraverso reti multiple, ma lungo queste reti essi condividono ancora significati tra di loro (Griswold 1994; trad.it. 1997: 219).

Di conseguenza, tutto ciò comporta una rivalutazione del mezzo fotografico e dei modi di fare arte attraverso l'ausilio di questo strumento tecnico: se, dunque, agli inizi, la fotografia mancava di dignità e rispettabilità proprie, solo successivamente, con la nascita della società "liquida" (per riprendere un termine caro al sociologo polacco Zygmunt Bauman), essa si è fatta spazio tra le modalità di produzione culturale. Difatti, attraverso il riconoscimento delle sue peculiarità tecniche nonché delle sue funzionalità e tenendo in stretta considerazione il fatto che i messaggi prodotti dai nuovi mezzi moltiplicatori non possono e non devono essere giudicati con le stesse premesse coniate per valutare i prodotti dei mezzi artigianali quali la pittura e/o la scultura (Gubern 1974), l'arte fotografica è riuscita ad assumere un proprio e distinto valore culturale.

Nessun dubbio, quindi, sul fatto che la fotografia, che per definizione si presenta come una possibile

processo è sintomatico; il suo significato rimanda al di là dell'ambito artistico. La tecnica della riproduzione, così si potrebbe formulare la cosa, sottrae il riprodotto all'ambito della tradizione. Moltiplicando la riproduzione, essa pone al posto di un evento unico una serie quantitativa di eventi. E permettendo alla riproduzione di venire incontro a colui che ne fruisce nella sua particolare situazione, attualizza il riprodotto».

2 Oggi, secondo l'accezione più seguita nella sociologia contemporanea, si intende per "massificazione" una «moltitudine di persone politicamente passive, in posizione di oggettiva dipendenza rispetto alle istituzioni portanti di una società - politiche, economiche, militari - e quindi fortemente influenzabili da esse, incapaci di organizzarsi e di esprimere una propria volontà, che coincide con la gran maggioranza della popolazione in tutti quei paesi industriali avanzati, non solamente quelli capitalistici, ove si sarebbe ormai sviluppata una società di massa» (Gallino 2006: 412).

testimonianza della civiltà, possa intendersi, al giorno d'oggi, sia come oggetto culturale³ sia come una vera e propria forma d'arte (e non semplice riproduzione di quello che la realtà offre) qualificandosi come creazione spontanea e corrente artistica dal momento che il fotografo, nell'attimo dello scatto, sta operando una scelta arbitraria dettata o dal proprio gusto, o dai propri obiettivi o da diverse altre ragioni (come, ad esempio, una committenza specifica) in quanto tra tutte le inquadrature possibili ne sceglie una, ed una soltanto, attraverso cui mostrare una propria visione della realtà. Guardare un'immagine fotografica implica, dunque, affrontare una serie di letture complesse, legate sia alle aspettative e ai presupposti apportati da noi all'immagine che osserviamo sia al soggetto fotografico in sé: più della nozione di guardare (la quale rimanda ad un riconoscere in maniera passiva ciò che ci troviamo davanti), bisogna insistere sulla lettura di una foto non in quanto immagine ma in quanto testo denso, colmo di significati nascosti. Inoltre, presentando i tre maggiori caratteri essenziali del sistema artistico, la fotografia può essere considerata, a tutti gli effetti, una forma culturale in cui emergono (Gallino 2006): il predominio che in esso detiene la componente espressiva rispetto a quelle strumentali e cognitive; l'attitudine a stabilire da sé le regole della propria coerenza interna, ovvero della propria sintassi; un'inesauribile ambiguità ed indeterminatezza dal punto di vista semantico e/o pragmatico.

È, dunque, nella prospettiva di una sociologia comprendente di weberiana memoria che bisogna concepire e capire sia il quadro di riferimento di uno scatto fotografico sia la personalizzazione dei fini perseguiti dall'artista.

In conclusione, si concorda con Franco Ferrarotti nel momento in cui afferma:

la fotografia è l'occhio del ciclope. Ma la realtà umana è Odisseo che fugge aggrappato al vello del caprone. Il Ciclope urla, afferra, cattura, spietato e onniavvolgente; il suo occhio enorme è come un obiettivo grand'angolo, onnicomprensivo e cieco a un tempo. La realtà umana non è nella fotografia. Poiché la realtà umana è significato - concrezione, costruzione di significati rappresi - essa non può trovarsi nella fotografia, ma nell'intenzione del fotografo. Se non c'è l'intenzione, cade anche il significato, cioè il criterio selettivo, il dato emergente, la variabile decisiva (Ferrarotti 1974: 30).

Gli utilizzi della fotografia: da collante sociale a strumento di analisi sociologica

Dopo aver approfondito lo stato dell'arte con riferimento alla fotografia, ci soffermeremo adesso ad analizzare l'uso di questo espediente culturale nella nostra società o, per meglio dire, alle modalità che esso offre per instaurare sempre più relazioni a livello inter-individuale.

Difatti, l'importanza della fotografia è andata via via aumentando a partire dalla nascita della cosiddetta "industria culturale" (termine utilizzato per la prima volta negli anni Quaranta da Max Horkheimer e Theodor Adorno in *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*⁴) e dallo sviluppo di un'epoca industriale in cui, secondo gli stessi principi con cui venivano prodotti i beni fisici, si svolgeva la regolazione e la produzione dei beni culturali su ampia scala.

L'industria culturale, così facendo, ha incrementato l'adesione e il coinvolgimento dei singoli individui alla vita di società, consentendo «non solo una più efficace conservazione del patrimonio culturale di una società, ma anche una maggiore accessibilità alle fonti culturali e di informazione e, quindi, una più ampia diffusione e circolazione della cultura» (Sciolla 2002: 242). Sin dalle prime battute è chiaro che il rapporto tra cultura e società è, in realtà, bidirezionale: se da una parte la società nel suo insieme influisce sulla produzione dei beni culturali e sulla concezione di cultura in generale al punto da poter riconoscere la dipendenza delle forme culturali dalla struttura sociale (sotto questo punto di vista la cultura non sarebbe nient'altro che una variabile dipendente che si può spiegare e comprendere solo in base ad altri fattori), dall'altro lato è altrettanto vero che le forme culturali svolgono un ruolo preponderante nella determinazione dell'azione e dello sviluppo sociale (come

3 Infatti, negli anni '60 la Commissione Franceschini profetizzò che per "bene culturale" non doveva intendersi solo il capolavoro artistico in virtù del proprio valore estetico bensì gli oggetti aventi valore storico, artistico, archeologico o etnografico.

4 Cfr. Cavicchia Scalamonti 2005: 157: «Essa [l'industria culturale] appare allo sguardo, senz'altro elitario, dei due intellettuali francofortesi come il corpo fagocitante e polimorfo di un consumo parossistico e privo di spirito critico, un esercito di fruitori che insieme alla merce incamerano anche il sistema di valori che la produce, perdendo così - nella complessiva automazione della propria esistenza - il senso stesso della loro umanità».

vedremo successivamente).

Nel caso del mezzo fotografico, dunque, non si può sottovalutare l'importanza che il contesto sociale ha rivestito nello sviluppo dell'arte fotografica. Al fine di comprendere la relazione tra la forma d'arte fotografica e i processi di trasformazioni sociali, verranno presi in considerazione due elementi: il primo con riferimento allo sviluppo della digitalizzazione ed il secondo relativamente alla nascita di *social network* in grado di incrementare la condivisione di immagini e la compartecipazione tra gli individui/artisti che di queste piattaforme ne usufruiscono.

Relativamente al primo punto, è possibile affermare che con il termine digitalizzazione non si intende, letteralmente, un passaggio dall'analogico al digitale che lega semplicemente i media (soprattutto i nuovi) ad una piattaforma tecnologica (infatti all'inizio un medium veniva considerato tale solo tenendo presente la sua saldatura con la tecnologia e con le sue determinate condizioni di fruizione) ma si indica un processo più complesso poiché, basandosi sul passaggio dall'analogico al binario, investe e riflette anche altre situazioni sociali ed incide sulla realtà in cui viviamo. Difatti, la dimensione tecnica riesce a toccare e a trasformare la vita sociale, a guidare le relazioni interpersonali che intratteniamo in modo che «gli utenti imparano a sfruttare le piene potenzialità del medium e a utilizzarlo in modo creativo. Il nuovo medium matura trovando il suo posizionamento all'interno del sistema mediale» (Colombo 2007: 92). Attraverso la digitalizzazione, quindi, non solo più individui riescono a comunicare tra di loro, non solo il numero e la tipologia degli attori coinvolti cresce notevolmente, ma si ampliano le opportunità di integrazione e di dialogo e la possibilità di negoziare: chi usufruisce del digitale è un utente che modifica l'enorme flusso di informazione secondo le sue personali esigenze, costruendole e attingendo da un archivio comune, di libero accesso ad ognuno, e perciò garantendo quel principio base della democratizzazione.

Come afferma Colombo: «si tratta in sostanza di avere la possibilità di essere sia nodo sia atomo; di essere sia oggetti sia soggetti di comunicazione e cultura» (ivi: 36). L'idea che «non basti avere o non avere ma anche usare e non saper usare gli strumenti tecnologici, fare propri o non fare propri i significati e i contenuti proposti» (ivi: 31) fa sì che con l'ausilio dei personal computer, con la diffusione di internet, con tutte le opportunità che offre il digitale si incrementino l'interattività e la dinamica dei processi mediali. Grazie a questa trasposizione nel codice binario, molti e più contenuti possono circolare attraverso diversi canali e, in questo periodo di forte accelerazione di tutti i processi, si modificano anche i rapporti che gli individui intrattengono con gli altri: non solo relazioni faccia-a-faccia, *face to face* per dirla con Goffman⁵, ma in uno stesso istante una sola persona può comunicare e scambiare informazioni (nel nostro caso, fotografie) con più individui. È quanto si legge anche in *Identity, culture and globalization* (2002):

The world-wide development of communication, cultural references and means of transportation – thanks today to the internet, television, telephone and jet-travel – are to an unprecedented extent setting in direct relations scenes of activity, groups and individuals from different parts of the world. Bartelson sees here three sequences. The first sequence is transference, that is, the intensification of interaction and exchange among social settings; the second, resulting from transference, is transformation – that is, the emergence of changes at the level of the local system; following transformation, the third sequence is transcendence, that is, the dissolution of the divide between inside and outside (Ben-Rafael, Sternberg 2002: 7).

Con l'avvento della digitalizzazione e con la sua diffusione, dunque, non solo il contenuto diventa un *grand master* ovvero un prodotto multimediale confezionato, veicolato e commercializzato per tutti i media ma alle tradizionali forme di comunicazione *one-to-one* si sostituiscono forme di comunicazione *one-to-many*, creando modelli innovativi che uniscono il *broadcast* alla navigazione in internet, alla fruizione di documenti e di fotografie.

Le nuove tecnologie incidono, quindi, sulle persone, sulle cose e sulle modalità con cui l'individuo contemporaneo fruisce degli oggetti culturali (basti pensare alle numerose visite interattive ai musei che è possibile fare *online*, alla molteplicità di riproduzioni di quadri presenti in rete, alla possibilità di poter ottenere qualsiasi tipo di *file* a propria disposizione). Non solo: con le nuove tecnologie cambia anche la stessa produzione

5 Cfr. Berti 2005: 138: «Nelle interazioni *face to face* parte delle informazioni riguardanti la propria persona vengono comunicate consciamente e coerentemente alle finalità principali dell'interazione, mentre un'altra parte di informazioni viene comunicata involontariamente: si tratta di quelle che Goffman chiama *information given*, cioè intenzionali e calcolate, e *information given off*, cioè quelle prive di intenzionalità, che si manifestano spontaneamente. Nel *face to face* il linguaggio non verbale svolge un ruolo estremamente importante».

delle opere d'arte e l'artista non è più soltanto colui che utilizza il proprio estro e la propria fantasia attraverso supporti fisici ma, oggi, è anche colui che può avvalersi di strumenti e tecniche puramente digitali per la creazione del proprio oggetto culturale (come, ad esempio, la creazione della musica elettronica).

Nello specifico della fotografia e con l'utilizzo del digitale, è possibile modificare e modellare la nostra immagine *in toto*: si può modificare la prospettiva, ne si può controllare il movimento o ridurre i colori, si può alterarne la sua scala di rappresentazione o, semplicemente, aggiustarne l'inquadratura. Il ricorso al digitale, nell'ambito fotografico, non permette soltanto di ottenere immagini mediante tecnologie elettroniche direttamente in forma digitale ma ne consente anche una sua memorizzazione immediata su qualunque tipo di supporto o, attraverso un semplice *click*, ne determina la sua cancellazione. Pertanto, oggi, attraverso l'utilizzo del digitale, è possibile mettersi alla prova e trasformare i vecchi connotati della tradizione artistica creando, in questo modo, anche una nuova arte, aperta a chiunque e non più appannaggio di uno specifico strato sociale (come sosteneva Bourdieu⁶), fatta di novità e superamento dei limiti in cui ciascuno di noi è fruitore nonché ideatore di sempre e più varie opere d'arte.

Inoltre, la fotografia diventa, nella nostra società contemporanea, un ottimo espediente attraverso il quale mostrare la propria identità ("l'occhio del Ciclope" per riprendere la metafora di Ferrarotti) e creare nuove relazioni sociali: difatti, se da una parte al concetto di identità ci si riferisce per sottolineare tutte quelle caratteristiche di unicità che permettono al singolo di sentirsi un'entità esclusiva e differente dagli altri individui con cui entra in contatto, dall'altro lato l'identità, soprattutto da un punto di vista squisitamente sociologico, è un processo di costruzione sociale che, riprendendo un concetto caro a Georg Herbert Mead, la cui opera ha esercitato una grande influenza nelle scienze sociali gettando le basi di una scuola di pensiero nota con il nome di interazionismo simbolico⁷, «non è mai solo, ma sempre in relazione e per di più in una relazione di appartenenza» (Musso 2008: 116).

La fotografia si configurerebbe, quindi, come un momento che gli individui hanno per entrare in relazione con gli altri attori sociali e per dare luogo ad un insieme di interazioni inter-individuali: attraverso la condivisione delle immagini, è possibile creare diverse e numerose forme di relazioni di influenza reciproca, da sempre tra gli elementi principali nello studio della sociologia. D'altro canto, è quanto si può leggere anche in Georg Simmel nella cui opera diventa centrale il concetto di interazione (*wechselwirkung*⁸) attraverso cui i soggetti agiscono e si condizionano tra loro dando vita alle forme di socializzazione (*vergesellschaftung*) in grado di consolidarsi con il tempo.

Una socializzazione, dunque, e un bisogno innato di rapportarsi agli altri sempre più favorito, come si diceva precedentemente e per quanto concerne il nostro *topic*, dalle possibilità offerte dal web 2.0 le quali permettono di creare una rete di relazione fittissima attraverso cui diffondere e condividere le immagini all'interno del *cyberspazio*⁹. La conferma di quanto appena detto è data dall'aumento esponenziale, verificatosi nel giro degli ultimi anni, di due fondamentali "movimenti": da una parte, infatti, è cresciuto il numero dei *database* di fotografie,

6 Per il sociologo francese l'utilizzo della fotografia non è altro che una scelta di classe di cui solo i membri o gli appartenenti ad una determinata categoria sociale possono usufruire. Nell'ottica di Bourdieu, dunque, la fotografia è un mezzo di consumo soltanto per chi dispone un certo capitale sociale ed economico e «fornisce pertanto un'occasione privilegiata di osservare in che modo i valori di classe possano trasmettersi in assenza di ogni educazione specifica» (Bourdieu 1965; trad. it. 2004: 83).

7 Cfr. Smelser 1981; trad. it. 1987: 83: «L'interazionismo simbolico si basa sull'assunto che le persone si comportano nei confronti degli oggetti (e delle altre persone) secondo i significati attribuiti agli oggetti stessi attraverso l'interazione sociale».

8 Cfr. Simmel, 1908; trad. it. 1989: 10: «Ciò che rende appunto tale la "società", in ogni senso della parola finora valido, sono evidentemente i modi sopra indicati di azione reciproca. Un dato numero di uomini non diviene società per il fatto che in ognuno di essi sussiste un contenuto vitale determinato oggettivamente o che lo muove individualmente; soltanto quando la vitalità di questi contenuti acquista la forma dell'influenza reciproca, quando ha luogo un'azione di un elemento sull'altro - immediatamente o mediata da un terzo elemento - la pura e semplice contemporaneità spaziale o anche la successione temporale degli uomini si traduce in una società».

9 Circa il *cyberspazio*, si sono sviluppate, a partire dagli anni '90, diverse interpretazioni confluite poi nei *Cybercultural Studies*, che hanno spostato l'attenzione sul *cyberspazio* non soltanto come luogo di interconnessioni ma come luogo antropologico e come spazio di formazione identitaria e culturale.

messi a disposizione dalle agenzie fotografiche¹⁰, che si prestano ad essere elaborate ed utilizzate (con i diritti d'autore dovuti) per la pubblicazione sul web o su libri, quotidiani e riviste; dall'altra, il World Wide Web ha facilitato la distribuzione della fotografia dei cittadini, creando la possibilità di competere con i tradizionali media della fotografia. Ad oggi, infatti, sempre più numerosi sono i siti web che offrono servizi di *upload* e *download* di fotografie sia pubbliche (basti pensare a quanto avvenne dopo l'attentato a Londra nel luglio del 2005 quando le fotografie scattate dal cellulare offrirono il maggior numero di informazioni, incoraggiando questa nuova forma di comunicazione) sia private che consentono agli utenti di pubblicare e condividere i propri scatti fotografici testimoniando quel passaggio

verso una sempre più larga sostituzione dell'immagine allo scritto, assecondando la tendenza ormai ben nota che attraverso tutto il Novecento, ma anche di una sostituzione dell'immagine alla realtà in una società in cui la dimensione metropolitana ha ormai prodotto una grande congestione (Menduni 2008: 122).

Ad esempio, Flickr è uno dei più popolari siti web, di proprietà del gruppo *Yahoo!*, che consente agli iscritti di condividere fotografie personali con chiunque abbia accesso a Internet e fino ad adesso esso registra più di 110 milioni di utenti e più di 10 miliardi di foto caricate in una libreria in continua crescita. In Flickr, dopo aver proceduto alla creazione di un *account* gratuito che consente di avere un limite di un *terabyte* di foto (ciò vuol dire avere la possibilità di caricare una foto all'ora per i prossimi quaranta anni), le fotografie vengono catalogate ed indicizzate attraverso parole chiave e *tag* oltre che per luogo di scatto dando la possibilità agli altri di commentare le proprie immagini realizzando, in questo modo, una buona rosa di amici e *followers*. Il modello di *business* di Flickr sta, dunque, non nell'aver costruito una piattaforma ma nell'aver dato la possibilità di costruire un «contesto per l'interazione» (Shuen 2008; trad. it. 2008: 7) in una comunità globale *online*.

In aggiunta a ciò, aumenta anche il numero delle nuove applicazioni digitali che permettono di scattare, rielaborare e infine condividere le fotografie prodotte con il proprio *smartphone*: una vera e propria *camera-phone community*, se così la si può definire, si sta sviluppando, per riprendere un esempio, intorno alla piattaforma Instagram, una semplice applicazione di fotografia nata nel 2010 e nominata "*iPhone App of the Year*" soltanto l'anno successivo alla sua nascita con il raggiungimento di cento milioni di utenti iscritti. Attraverso la condivisione di foto spontanee e naturali che riguardano un mondo spesso inesplorato pur nella sua familiarità (i sentimenti, la vita quotidiana, i gesti, le abitudini, gli istinti e le sorprese della vita di tutti i giorni), Instagram ha fornito un'occasione a tutti gli utenti (e quindi non solo gli artisti *tout court*) di costruire nuovi modelli di comunicazione e di interazioni, basati su valori e scopi comuni: un utilizzo della fotografia, questo, che sembra essere stato anticipato dal sociologo francese Pierre Bourdieu quando scriveva (1965):

la fotografia è ciò che si fa durante le vacanze, ma è anche ciò che fa le vacanze... fissando l'immagine dei luoghi e dei momenti più insignificanti, li trasfigura in monumenti del tempo libero poiché c'è la fotografia a testimoniare, per sempre, che si è avuto del tempo libero e ancora del tempo libero per fotografare (Bourdieu 1965; trad. it. 2004: 75).

Attualmente l'applicazione Instagram vanta quattrocento milioni di utenti attivi su base mensile e ha costruito una vera e propria *community* di *instagramers*, «una sorta di gruppo di amici allargato che passa istanti della propria giornata scambiando consigli, commenti e complimenti e che decide di condividere i propri istanti di vita con un potenziale numero di persone che cresce di giorno in giorno» (Barbotti 2015: 37). Anche se le immagini scattate dagli utenti in rete sono da sempre state considerate come una forma di fotografia sottovalutata (poiché priva della riconoscibilità e della pregnanza iconica delle fotografie realizzate dai professionisti), oggi «lo *snapshot* è alla base dell'esperienza fotografica della maggior parte delle persone; sia come artefici degli scatti, sia come custodi di una storia satura di immagini di cui sono gli autori. L'istantanea ha trasceso il proprio ruolo di foto per rispondere a nuove esigenze con nuove ripercussioni» (Clarke 1997; trad. it. 2009: 252).

Lo sviluppo e la rapida diffusione delle nuove tecnologie informatiche in una parte sempre più ampia della

¹⁰ In Italia, ad esempio, l'AgrPress, fondata nel 1952 da Carlo Ricciardo, fornisce immagini d'archivio e fotografie di notizie locali e regionali mentre l'Archivio Fotografico Scala è la più importante e ricca raccolta di riprese fotografiche di opere d'arte con immagini provenienti da tutto il mondo, da tutte le epoche e tutti i generi artistici: pittura, scultura, architettura, archeologia, oggetti dal mondo antico e da quello contemporaneo, arti decorative, fotografia, design, costume.

popolazione mondiale, dunque, hanno favorito la creazione di nuove forme di aggregazione, spesso più virtuali che reali, che per certi aspetti ricordano le comunità tradizionali¹¹. Non solo: la demografia della *net generation* attiva in Internet è destinata ad una espansione senza confini dal momento che è sempre più alto il numero delle persone che, con un *click*, accedono al mondo virtuale. Virtuale, che non si dissocia né si contrappone alla realtà, ma che sta, rispetto ad essa, in un rapporto di atto-potenza, esibendo un suo grado di realtà e non essendo una forma di non esistenza.

La condivisione delle immagini *online* permetterebbe, dunque, l'immersione, la navigazione e la possibilità, per gli utenti, di fare esperienze significative (Piu 2002): l'immersione è relativa alla percezione di trovarsi all'interno dello spazio artificiale, di poter entrare in esso e viverlo come se fosse reale, pur essendo consapevoli che è un reale ricostruito e immaginario; la navigazione, invece, è riferita alla percezione di muoversi e interagire all'interno di quell'ambiente; in ultimo, il fare esperienze è legato al fatto che consente di ricevere plurimi *input* o *feedback* in risposta alle azioni attivate grazie alla manipolazione di comandi e alla interazione dialogica e dialettica con gli altri.

Riprendendo le stesse parole di Berti, infatti, le numerose interazioni che si possono instaurare via internet

si costituiscono come gruppi fortemente coesi che si riconoscono sulla base di interessi (non economici) e esperienze comuni ma interessando solo aspetti specifici e parziali della vita di ogni partecipante; si tratta di quello che potremmo definire un "neo comunitarismo globale". All'interno di questi gruppi si sviluppano anche appartenenze forti che tendono a ricreare legami comunitari fondati sulla complicità e sulla con-divisione e il virtuale diventa reale, nella misura in cui i soggetti vi si riconoscono (...). Si parla ormai sempre più spesso di comunità virtuali e lo si fa sia in riferimento a quelle comunità fondate su aspetti emotivi condivisi sia, paradossalmente, a quello che guardano in modo nuovo alla dimensione spaziale, anche se inevitabilmente cambiano alcuni dei presupposti tradizionali. Le comunità virtuali sono isole nella rete tessuta da internet, luoghi tridimensionali che si aprono all'interno della rete telematica e dove effettivamente, come in una piazza, come in un'Agorà dell'antica Grecia, la gente si incontra, si trova e stabilisce delle relazioni (Berti 2005: 127).

Inoltre, se fino ad ora ci siamo focalizzati sulla fotografia in quanto nuovo mezzo di socializzazione, è altresì importante sottolineare un ultimo aspetto inerente al suo utilizzo. Se è vero che essa produce interazione, è altrettanto vero che essa può diventare un valido strumento per lo studio delle interazioni stesse e, quindi, è possibile servirsi della fotografia come strumento di analisi sociologica. Anche se agli inizi vi era un certo estraniamento tra la sociologia e la fotografia (difatti nessun sociologo si è mai occupato di fotografia né delle sue origini né del suo riconoscimento sociale) ed ancora oggi, per un sociologo, occuparsi di fotografia può essere considerato un'occupazione disdicevole, tuttavia, d'accordo con quanto afferma Franco Ferrarotti, non è vero che la fotografia non possa riconsegnarci lo studio di una civiltà che può essere documentata attraverso le immagini dei gesti della vita quotidiana e della realtà umana (Ferrarotti 1974); anzi, l'idea di rendere complementari teoria sociale e fotografia e di affiancare le narrazioni visuali agli studi teoretici può consentire una maggiore descrizione nonché comprensione dei fenomeni sociali odierni. È quanto si cerca di perseguire, ad esempio, all'interno della cosiddetta *visual sociology* la quale, sviluppatasi in Italia a partire dalla seconda metà degli anni Ottanta ed inseritasi appieno tra le tecniche della sociologia qualitativa, consente di fare un'investigazione empirica dei comportamenti sociali e di esplorare le modalità attraverso le quali essi si manifestano e si rivelano. Il principio che sta alla base dell'adozione della fotografia nella ricerca sociologica è, dunque, la convinzione che un'immagine possa essere capace di cogliere, sintetizzare e rappresentare i tratti peculiari di un fenomeno oggetto di indagine fornendo informazioni aggiuntive ai dati in possesso del ricercatore: essa, quindi, al pari di tutti gli indicatori utilizzati nella ricerca sociale, deve sapere rispondere ai criteri metodologici di validità e di attendibilità del dato rispetto al concetto di riferimento oltre che contenere un principio di coerenza e/o compatibilità che colleghi le immagini selezionate alla rete delle ipotesi di ricerca.

Infine, *last but not least*, è possibile affermare che in una società in continua trasformazione e in un mondo

11 Cfr. Ciucci 1990: 124: «La comunità è una modalità relazionale, è l'oggetto di un progetto senza traguardi definitivi, è riflessione critica e tematizzazione delle dimensioni relazionali possibili. Essa è considerata, come si è visto, un potenziale simbolico di solidarismo e di egualitarismo che può essere ri-evocato, è vista come separazione rispetto all'utilitarismo individualistico, è considerata come asimmetria relazionale, quando domina la obbligatorietà della reciprocità e dello scambio».

globalizzante dove, per riprendere le parole del sociologo Anthony Giddens, «informazioni e immagini sono normalmente trasmesse ovunque» (Giddens 1999; trad. it. 2000: 14), la metodologia visuale *non solum* può essere utilizzata per integrare la già acquisita conoscenza sociologica ma sembra essere una delle poche tecniche in grado di catturare i processi ed i segni del mutamento¹² senza i quali sarebbe impossibile capire la società in cui viviamo: essa, allora,

occupandosi anche di temi propri della comunicazione di massa, si pone come interlocutore privilegiato di uno dei filoni di studi interdisciplinari più attenti ai processi di cambiamento e di sviluppo della società contemporanea, assurgendo quindi ad un ruolo non secondario nel panorama degli studi sociologici del terzo millennio (Mattioli 2007: 29).

Conclusioni

Si può asserire, dal punto di vista prettamente sociologico, che la fotografia risulta un oggetto di indagine interessante per due importanti ordini di ragioni: essa, infatti, non solo è un mezzo di comunicazione sociale (un sistema di segni che trasmette informazioni) e una procedura legittimata sul piano metodologico (in questo caso rientriamo nel campo della sociologia *con* le immagini) ma si configura sia come un espediente capace di creare interazioni sia come momento di scambio di opinioni, pareri, atteggiamenti tra gli individui del nostro tempo fuori e dentro al *cyberspazio*, sempre più visto come quadro di riferimento in cui agire, vivere ed apprendere. In quest'ottica telematica, i confini che avevano delimitato il concetto di cultura, sociologicamente compresa come canale d'informazione relativamente ad un determinato gruppo sociale, si fanno più labili, costituendosi di fatto nuove organizzazioni sociali e nuove forme di appartenenza.

In questo contributo si è voluto sottolineare, infatti, come la fotografia sia stata in grado di creare ed agevolare lo sviluppo delle comunità virtuali le quali, sebbene siano state definite da Didier Anzieu con il termine di "illusione gruppale" (Anzieu 1984; trad. it. 1986) in cui gli internauti si sentono sommersi nell'anonimato collettivo, ad oggi forniscono sostegno personale sia materiale sia affettivo e facilitano il collegamento di persone con caratteristiche sociali differenti, determinando così l'espansione dei legami sociali pur essendo in una società che sembra allontanarsi sempre più dalla collettività e dall'impegno civico.

Il proliferare delle tecnologie e la loro invasività, modificando il rapporto con il mondo esterno e con i saperi, ha introdotto elementi che ridisegnano in modo del tutto innovativo sia i modelli formativi di divulgazione ed erogazione del sapere sia le strategie e metodologie di acquisizione delle conoscenze, di costruzione delle competenze e di dialogo con gli altri. Oggi l'immagine digitale, artistica e non, non si caratterizza più come una pratica vincolata dai costi di consumo ma ha rivoluzionato il modo di concepire la fotografia, democratizzandola e trasformandola in un'arte alla portata di chiunque.

¹² Non a caso i sociologi visuali hanno adottato, molto spesso, la tecnica del "*before and after*": infatti, fotografando un fenomeno sociale prima e dopo una sequenza temporale essi documentano il cambiamento sociale e forniscono informazioni più esaustive in riferimento ai processi collettivi e alla loro completezza dinamica.

Riferimenti bibliografici

- Anzieu D. (1984), *Le groupe et l'inconscient*, Paris: Dunod; trad. it. *Il gruppo e l'inconscio*, Roma: Edizioni Borla, 1986.
- Barbotti I. (2015), *Instagram Marketing. Immagini, brand, community, relazioni per turismo, eventi*, Milano: Hoepli Editore.
- Benjamin W. (1955), *Das kunstwerk im zeitalter seiner technischen reproduzierbarkeit*, Frankfurt: Suhrkamp Verlag; trad. it. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino: Einaudi Editore, 1966.
- Ben-Rafael E., Sternberg Y. (2002), *Identity, culture and globalization*, Leiden: Brill.
- Berti F. (2005), *Per una sociologia della comunità*, Milano: Franco Angeli.
- Bourdieu P. (1965), *Un art moyen. Essais sur les usages sociaux de la photographie*, Paris: Les Editions de Minuit; trad. it. *La fotografia. Usi e funzioni sociali di un'arte media*, Rimini: Guaraldi Editore, 2004.
- Cavicchia Scalamenti A. (2005, a cura di), *Materiali di sociologia*, Caserta: Ipermedium libri.
- Clarke G. (1997), *The photograph*, Oxford: Oxford University Press; trad. it. *La fotografia. Una storia culturale e visuale*, Torino: Giulio Einaudi Editore, 2009.
- Ciucci R. (1990), *La comunità possibile: percorsi e contesti in sociologia*, Lucca: Pacini Fazzi.
- Colombo F. (2007), *La digitalizzazione dei media*, Roma: Carocci Editore.
- Ferrarotti F. (1974), *Dal documento alla testimonianza. La fotografia nelle scienze sociali*, Napoli: Liguori Editore.
- Gallino L. (2006), *Dizionario di Sociologia*, Torino: UTET Libreria.
- Giddens A. (1999), *Runaway World. How globalization is reshaping our lives*, London: Routledge; trad. it. *Il mondo che cambia. Come la globalizzazione ridisegna la nostra vita*, Bologna: Il Mulino, 2000.
- Griswold W. (1994), *Cultures and societies in a changing world*, Thousand Oaks: Pine Forge Press; trad. it. *Sociologia della cultura*, Bologna: Il Mulino, 1997.
- Gubern R. (1974), *Mensajes icónicos en la cultura de masas*, Barcelona: Editorial Lumen; trad. it. *Immagine e messaggio nella cultura di massa*, Napoli: Liguori Editore, 1976.
- Mattioli F. (2007), *La sociologia visuale. Che cosa è, come si fa*, Roma: Bonanno Editore.
- Menduni E. (2008), *La fotografia*, Bologna: Il Mulino.
- Musso M.G. (2008), *Il sistema e l'osserv-attore. Itinerari di sociologia della complessità*, Milano: Franco Angeli.
- Piu A. (2002), *Processi formativi e simulazione*, Roma: Monolite.
- Sciolla L. (2002), *Sociologia dei processi culturali*, Bologna: Il Mulino.
- Shuen A. (2008), *Web 2.0: a strategy guide*, Sebastopol: O'Reilly Media Inc; trad. it. *Web 2.0: Strategie per il successo*, Milano: Tecniche Nuove, 2008.
- Simmel G. (1908), *Soziologie. Untersuchungen über die formen der vergesellschaftung*, Berlin: Duncker & Humblot; trad. it. *Sociologia*, Milano: Edizioni di Comunità, 1989.
- Smelser N.J. (1981), *Sociology*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall; trad. it. *Manuale di sociologia*, Bologna: Il Mulino, 1987.

